Shanmuga Industries Arts & Science College
T.V. Malai

APRIL/MAY 2025

CBA51/FBA51 — MARKETING MANAGEMENT

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. What is the Modern Marketing System?
   நவீன சந்தையிடுகை அமைப்பு என்றால் என்ன?

2. What is the essence of Marketing?
   சந்தையிடுகையின் தேவை என்ன?

3. Define the concept of Buying Behaviour.
   வாங்குபவர் நடத்தை கருத்துப்படிவத்தினை வரையறுக.

4. What is meant by "Product Repositioning"?
   பொருள் சீர்செய்தல் என்பதன் பொருள் என்ன?

5. What is meant by Expert Opinion method?
   வல்லுனர் கருத்து முறை என்பதன் பொருள் என்ன?

6. What is a new product?
   புதிய பொருள் என்றால் என்ன?

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Compile the components of Micro Environment.
    நுண்சூழலின் பகுதிகளை தொகு.

17. Explain the importance of studying consumer behaviour in marketing.
    சந்தையிடுகையில் நுகர்வோர் நடத்தையினை படிப்பதன் முக்கியத்துவத்தினை விவரி.

18. Discuss the states of PLC.
    பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சியின் நிலைகளை விவாதி.

19. "One of the major assets of a firm is its channel of distribution" Discuss.
    "ஒரு நிறுவனத்தின் முக்கிய சொத்து வழங்கல்வழி" விவாதி.

20. Discuss the importance of advertisement in modern business.
    நவீன வணிகத்தில் விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவத்தினை விவாதி.

———————

7. What is Exclusive Distribution?
தனிப்பட்ட பங்கீடு வழங்கல் என்றால் என்ன?

8. Outline the concept of ROI pricing strategy.
முதலீட்டு வருவாய் விலை உத்தி கருத்துப்படிவத்தினை எல்லைக் கோடிடுக.

9. What is Online marketing?
ஆன்லைன் விற்பனை என்றால் என்ன?

10. Write a note on website evaluation.
இணையதள மதிப்பீடு பற்றி சிறு குறிப்பு எழுதுக.

Shanmuga Industries Arts & Science College
T.V.Malai

SECTION B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Bring out the role of marketing in the economic development of a country.
நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு சந்தையிடுகையின் பங்கினை கூறுக.

Or

(b) Explain the concept of marketing mix.
சந்தையிடுகை கலவை கருத்துப்படிவத்தினை விவரி.

12. (a) State the need for market segmentation.
சந்தைப் பிரிப்பின் தேவையினைக் கூறுக.

Or

(b) List the basic determinants of marketing strategy.
சந்தையிடுகை உத்தியின் அடிப்படை தீர்மானிக்கும் காரணிகளைப் பட்டியலிடுக.

13. (a) What are the methods used in sales forecasting?
விற்பனை முன்கணித்தல் முறைகள் யாவை?

Or

(b) List various Product Line Decision strategies.
பல்வேறு பொருள் வரி தீர்மான உத்திகளை பட்டியலிடுக.

14. (a) List the factors affecting pricing decision.
விலையினைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகளைப் பட்டியலிடுக.

Or

(b) What are the objectives of Pricing?
விலையிடலின் நோக்கங்கள் யாவை?

15. (a) Identify the key features of direct marketing.
நேரடி சந்தையிடுகையின் முக்கியச் சிறப்பியல்புகளை காண்க.

Or

(b) State the limitations of Online Media.
இணைய ஊடகத்தின் வரையறைகளைக் கூறு.